

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

і встановлення готових меблів, підприємства, що займають-
ся їх виробництвом і продажем, намагаються оптимізувати
логістичний ланцюг.

Новою тенденцією у розвитку ринку меблів можна назва-
ти активне використання позамагазинних форм продажу
товарів. Заходячи до всесвітньої мережі Інтернет, покупець
уже може не тільки ознайомитися з певними характеристи-
ками меблів того чи іншого виробника або продавця та їх-
ньою ціною, а також зробити замовлення на покупку, до-
ставку та встановлення меблів. Ще одна з форм позамага-
зинного продажу меблів з'явилася в Україні. Це продаж то-
варів через відділення «Укрпошти» на замовлення за ката-
логом «Меблі поштою».

Таким чином, ми спостерігаємо взаємодію між покупцем і
продажцем на ринку меблів, яку можна умовно розділити на
такі складові, а саме: взаємодія в межах відносин «виробник
і продавець сировини та фурнітури – виробник і продавець
готових меблів – покупець готової продукції».

Основною перевагою міжфірмової взаємодії на ринку ме-
блів України є те, що виробники, постачальники сировини та
матеріалів, роздрібні торговці співпрацюють на ринку з відо-
мою торговою маркою, використовують її репутацію, мають
единий фірмовий стиль та стандарти обслуговування спожи-
вачів. Мережі магазинів дозволяють контролювати процес
просування меблів на ринку, ціноутворення, представлення
меблів у торговельній залі, рівень сервісу, кваліфікації персо-
налу. Не зважаючи на велике значення малого бізнесу, май-
бутнє конкурентоспроможності української економіки обумо-
влено успішним розвитком великого корпоративного підпри-
ємництва або бізнес–мереж. Останні ж дозволяють ефектив-
но співіснувати малому, середньому та великому бізнесу.

Не можна заперечувати той факт, що на розвиток ринку
меблів впливають не лише фактори ринкового середовища,
а також і показники соціально–економічного розвитку краї-
ни, обсяг ВВП у фактичних цінах та середньомісячна номі-
нальна заробітна плата найманых працівників в Україні, рі-
вень доходів населення, рівень інфляції тощо.

Висновки

Таким чином, проаналізувавши вищенаведену інформа-
цію, можна дійти таких висновків. Зростання рівня конку-
ренції на ринку меблів протягом останнього десятиріччя
призвело до підвищення вимог покупців до якості товарів,
викликало необхідність встановлення стандартів торго-
вельного обслуговування, сприяло розвиткові нових типів
магазинів та форм продажу товарів, в тому числі і поза ма-
газинних, які ще декілька років тому були не характерні для
продажу меблів. В Україні з'являються великі спеціалізовані
магазани, що пропонують покупцям широкий асортимент
меблів, активно використовуючи засоби мерчандайзингу.

Велика увага стала приділятися покупцями не лише брен-
дам товарів, а й брендам магазинів. У свою чергу, виробни-
ки злагодили необхідність прямого контакту не лише з диле-
рами, а також з кінцевими покупцями. Оптимальна марке-
тингова стратегія поширюється як на роботу з приватними,
так і корпоративними клієнтами. Адже сезонні коливання
попиту, що характерні для реалізації побутових меблів, мож-
на вирівняти за рахунок продажу офісних меблів.

Також варто відмітити, що зростання конкуренції на ринку
меблів призвело до збільшення випадків утворення, так
званих, квазіінтеграційних об'єднань, посилення ролі між-
фірмових зв'язків, які можуть вивести країну на новий рівень
економічного розвитку.

Література

1. Кирьянова А. Обзор рынка мебели в Украине. // www.b2bloger.com/articles/review/97.html
2. Мебельный рынок Украины. // www.gamma-furniture.com.ua
3. Роздрібна торгівля України у 2009 році / Державний комітет статистики // www.ukrstat.gov.ua/druk/katalog/rozd_torg/rozd_torg2009.zip
4. Статистичний щорічник України за 2008 рік / Державний ко-
мітет статистики України. К.: Вид–во «Консультант». 2009. – 566 с.
5. Україна у цифрах 2009. Статистичний збірник. – К.: Державне
підприємство «Інформаційно–аналітичне агентство», 2010. – 258 с.

А.М. ІВАНОВА,

аспірантка, Київський національний торговельно–економічний університет

Показники системи захисту прав споживачів як індикатор розвитку інфраструктури ринку споживчих товарів

У статті сформульоване визначення поняття ін-
фраструктури ринку споживчих товарів та дослі-
джено залежність якості надання послуг спожива-
чам від ступеню розвитку інфраструктури ринку спо-
живчих товарів, проведено аналіз кількісних та

якісних показників захисту прав споживачів на
державному та територіальніх рівнях. Обґрунтована
залежність рівня та якості надання торговель-
них послуг від розвитку інфраструктури ринку спо-
живчих товарів.

Ключові слова: інфраструктура ринку споживчих товарів, якість надання торговельних послуг, захист прав споживачів.

В статье сформулировано определение понятия инфраструктуры рынка потребительских товаров и исследована зависимость качества предоставления услуг потребителям от степени развития инфраструктуры рынка потребительских товаров. Проведен анализ количественных и качественных показателей защиты прав потребителей на государственном и территориальных уровнях. Обоснована зависимость уровня и качества предоставления торговых услуг от развития инфраструктуры рынка потребительских товаров.

Ключевые слова: инфраструктура рынка потребительских товаров, качество предоставления торговых услуг, защита прав потребителей.

In this article the definition of the infrastructure of consumer goods and dependence of service quality to consumers on the degree of development of the infrastructure of consumer goods, The analysis of quantitative and qualitative indicators of consumer protection at national and regional levels. Grounded dependence level and quality of trade services from the development of infrastructure of consumer goods.

Keywords: Infrastructure of consumer goods, the quality of trade services, consumer protection.

Постановка проблеми. Однією з важливих характеристик інфраструктури ринку споживчих товарів є діяльність системи захисту прав споживачів спрямована на підтримку малого і середнього бізнесу. Однак у цій важливій соціальній сфері залишається багато невирішених питань і проблем. Насамперед це надходження на споживчий ринок неякісних, фальсифікованих, контрафактних товарів, надання неякісних послуг, свавілля монополістів, несумілінних виробників і продавців. Вирішити ці проблеми можливо шляхом удосконалення законодавчої та нормативно-правової бази, об'єднавши зусилля та підвищивши ефективність співпраці органів виконавчої влади та громадських організацій.

Забезпечення споживачів якісною продукцією за належними цінами є одним із завдань держави для належного існування та розвитку суспільства. Для виконання відповідної функції необхідна тісна співпраця державного та приватного секторів економіки країни. Захист прав споживачів є однією з найбільш актуальних та злободенних соціально-економічних проблем практично для кожної країни світу. Існує вона з моменту зародження та розвитку ринкових відносин як проблема пошуку та досягнення балансу полярних інтересів виробника, продавця товарів або надавача послуг та їх споживача.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблемі розвитку інфраструктури ринку споживчих товарів присвячено наукові роботи О.М. Азарян, П.Ю. Беленького, Н.О. Голошубової, В.Д. Лагутіна [4], Л.О. Лігоненко [5], О.В. Прокопенко [7], А.А. Ткача [8], О.О. Шубіної та інших, окремі аспекти функціонування інфраструктури ринку спо-

живчих товарів в Україні розглядаються такими науковцями, як Т.М. Попович, А.Т. Путінова, В.П. Фед'ко [9], та іншими. Однак висвітлення все ж таки часто проводиться в контексті дослідження інших процесів на ринку споживчих товарів, відтак відповідне питання розглядається без достатньої теоретико-методологічної бази, а відтак відсутній системний підхід. Тому дослідження зазначеного питання можна і необхідно розширювати.

Метою статті є дослідження та аналіз впливу розвитку інфраструктури ринку споживчих товарів та її окремих складових на підвищення ефективності та якості надання торговельних послуг споживачам, та на кількісні та якісні показники захисту прав споживачів на державному та територіальних рівнях.

Виклад основного матеріалу. Ринок споживчих товарів і послуг – один із найважливіших компонентів товарного ринку. Економіка передбачає створення товарів та їх доведення до споживачів, що потребує організації сфери обігу товарів. Відтак найважливішою умовою успішного функціонування товарного ринку є формування і розвиток його інфраструктури, що забезпечує процес просування товарів від виробників до споживачів.

Для розгляду та аналізу впливу інфраструктури на якість надання послуг та захист прав споживачів необхідно роз'яснити, що термін «інфраструктура» (від лат. *infra* – підстана, фундамент і *structura* – будова, взаєморозташування, устрій) уперше був застосований у 40-х роках ХХ ст. у дослідженнях західних економістів [9, ст. 8].

Одночасно при розгляді поняття ринкової інфраструктури можна погодитися з економістом А.А. Ткачом, який вважає, що формування інфраструктури в економічній теорії потрібно розглядати в контексті сучасних уявлень про її системну роль в розвитку економіки в цілому [8, ст. 10].

Інфраструктура ринку споживчих товарів – це одна з фундаментальних рис ринкової економіки, ознака мобільності матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів. Вона дозволяє ефективно розв'язувати тимчасові проблеми дефіциту товарів, а головне, не дає укорінитися цим проблемам. Для нормального функціонування і забезпечення дієздатності інфраструктури ринку споживчих товарів її елементам має бути властиве оптимальне поєднання гнучкості, адаптивності та продуктивності.

Пропонуємо для подальшого застосування таке визначення, що інфраструктура ринку споживчих товарів – це система державних, приватних і громадських інститутів (організацій і установ), технічних засобів та каналів зв'язку, що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їхню ефективну взаємодію в економічному, правовому та соціопсихічному середовищі та регулюють рух товарно-грошових потоків.

Інфраструктура внутрішнього ринку має створювати умови для підтримки необхідної збалансованості попиту та пропозиції, прискорення обороту капіталу, зниження витрат обігу, ско-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

рочення часу реалізації товарів, формування ефективного конкурентного середовища та захист інтересів усіх суб'єктів ринкових відносин [4, ст. 15]. Основним суб'єктом ринкових відносин у даному випадку є споживач, заради якого і створено всю систему забезпечення споживчими товарами. Відтак його права й потреби мають формувати пріоритетні напрями розвитку інфраструктури ринку споживчих товарів.

Однією з основних характеристик ринку споживчих товарів з погляду споживача є якість та доступність надання відповідних послуг. Відтак для держави забезпечення та захист прав споживачів є невід'ємною функцією.

На сучасному етапі Україна значно відстает від загально-прийнятих світовою спільнотою тенденцій, які закріплени у низці найважливіших міжнародно-правових актів. Як наслідок споживчий ринок України продовжує насичуватися неякісною, фальсифікованою, небезпечною для життя і здоров'я людей продукцією, передусім продукцією харчування та алкогольними напоями іноземного або взагалі невідомого походження, товарами та послугами без необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації.

На жаль, законодавча практика останніх років серйозно обмежила права споживачів. На сьогодні не відповідають вимогам статті 42 Конституції України, яка закріпила права споживачів, нова редакція Закону України «Про захист прав споживачів» від 01.12.2009 р., зокрема, в частині реалізації пра-

ва споживача у разі придбання продукції неналежної якості, ряд норм Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» від 05.04.2007 р. та інші нормативно-правові акти [10].

Наразі національна нормативно-правова база перебуває в стадії гармонізації з нормами міжнародних угод і договорів, учасницею яких є або планує стати Україна. Однією з пріоритетних сфер виконання Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства ЄС є сфера захисту прав споживачів [1 та 6].

Практика засвідчує, що довіра споживачів до державних служб захисту їх прав та інтересів постійно зростає. Кількість звернень громадян за допомогою та консультацією з питань захисту своїх прав щорічно збільшується.

Для ефективного забезпечення прав громадян як споживачів на належну якість та безпеку товарів Держспоживстандартом України систематично проводиться аналіз стану споживчого ринку України щодо якості та безпеки продовольчих і непродовольчих товарів, стану надання споживачам послуг.

За результатами здійснення державного контролю за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів у 89% від перевірених суб'єктів господарювання у 2009 році виявлено і упереджено 213,5 тис. порушень прав споживачів. Кількість виявлених порушень у порівнянні з 2008 роком зменшилася на 4%.

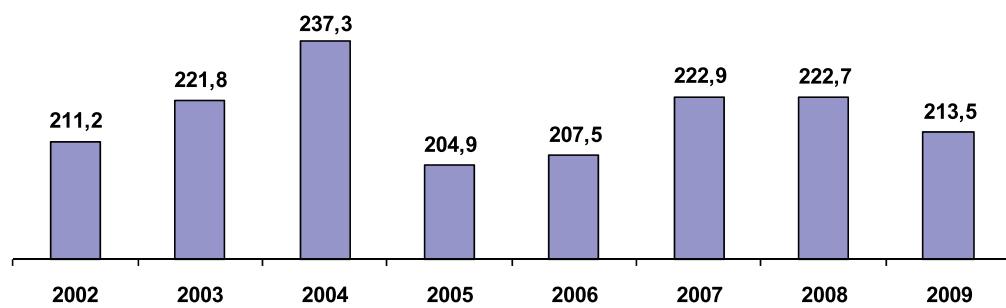


Рисунок 1. Динаміка кількості порушень законодавства про захист прав споживачів суб'єктами господарювання, тис. од.



Рисунок 2. Структура основних видів порушень

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Протягом 2009 року роботи виявлено більше 2,3 тис. фактів обману споживачів; близько 26,1 тис. порушень при реалізації товарів, які не відповідають вимогам нормативних документів; майже 84,2 тис. випадків реалізації товарів без відповідних супровідних документів щодо якості та безпеки; більше 96,8 тис. фактів ненадання споживачам своєчасної та повної інформації про товар [2].

Протягом 2009 року перевірено якість та безпеку товарів, надання послуг (робіт) на суму майже 303,6 млн. грн., що на 18% менше, ніж у 2008 році. Упереджено придбання і використання населенням України недоброкісних продовольчих, непродовольчих товарів та надання послуг (робіт) на суму майже 101,3 млн. грн., що становить 33% від перевіреної кількості.

Слід зазначити, що відповідний показник зрос у порівнянні з 2008 року, коли частка неякісної (забракованої) продукції становила 28%. Дане збільшення кількості надходження неякісної та небезпечної продукції напряму пов'язане з недосконалою роботою однієї із ланок інфраструктури ринку споживчих товарів, а саме експертизи якості товарів.

Відсутність фінансування у 2010 році на проведення незалежної експертизи якості товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів за рахунок коштів державного бюджету позбавило можливості у повному обсязі визначати відповідність перевіrenoї продукції вимогам нормативних документів за органолептичними, фізико-хімічними, мікробіологічними, токсикологічними та іншими показниками. Перевірка якості та безпеки товарів продовольчої групи без проведення їх лабораторних досліджень є неповною і не може достатньою мірою захищати споживачів від придбання неякісної та небезпечної продукції.

Одночасно недосконалій порядок роботи такої інфраструктурної складової, як контрольна, а саме те, що при перевіrkах державні органи у справах захисту прав споживачів мають право здійснювати планові заходи щодо контролю за діяльністю суб'єктів господарювання тільки за умови їх письмового попередження не менше, як за 10 днів. Попередження суб'єктів господарювання, відсутність елементу несподіваності суттєво впливає на ефективність перевірки.

Позапланові перевірки суб'єктів господарювання з урахуванням вимог Тимчасових обмежень проводяться тільки за зверненнями фізичних та юридичних осіб про порушення законодавства про захист прав споживачів.

Таким чином, кількісні та якісні показники діяльності територіальних управлінь у справах захисту прав споживачів щодо контролю суб'єктів господарювання у сфері торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, додержання ними обов'язкових вимог щодо якості і безпеки продукції, а також додержання правил торгівлі та надання послуг суттєво знизилися.

Як наслідок, сума застосованих адміністративних штрафів зменшилася на 15% у порівнянні з 2008 роком і становить 5,8 млн. грн. До адміністративної відповідальності притягнуто 39 400 осіб.

Значно зменшилася сума застосованих до суб'єктів господарювання адміністративно-господарських санкцій, а саме на 43% у порівнянні з 2008 роком, та становить 18,1 млн. грн. (рис. 3).

Як показав аналіз статистичних даних, суми застосованих штрафних санкцій прямо пропорційні кількості виявлених порушень.

Аналізуючи сучасну ситуацію із забезпеченням реалізації споживачами своїх прав, слід зазначити відсутність експертних установ у багатьох галузях. Визначення суттєвого недоліку, наприклад у мобільному телефоні, проводить сервісний центр, акредитований на це самим виробником. Значні труднощі виникають із проведенням експертиз щодо всіх електропобутових товарів, дефектування взуття і, особливо, визначення якості послуг.

Окрім того, суттєво складовою торговельної мережі на сьогодні є дистанційна торгівля (телемагазини, Інтернет торгівля та ін.). Дані форми реалізації товарів є досить складною для належного регулювання та контролю за якістю надання послуг. Так, надходять численні звернення громадян про порушення суб'єктами господарювання прав споживачів, стосовно належної якості, безпеки і торговельного обслуговування при реалізації цієї продукції з укладанням договорів на відстані.



Рисунок 3. Динаміка обсягу застосованих штрафних санкцій, млн. грн.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

При просуванні на ринок харчових продуктів для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів та дієтичних добавок реалізатори приписують їм надзвичайні лікувальні властивості. Вони стверджують, що ці препарати за своїми можливостями можуть змінювати високий чи низький кров'яний тиск, знищувати віруси – бактерії при грипі, синегнійку – інфекційне стрептококове нагноення кістки, а також лікувати онкологічні та інші захворювання, які потребують професійного лікування тощо. Аналогічна ситуація склалася з різноманітними приладами, що не зареєстровані в Україні як медична техніка, але яким реалізатори також приписують надзвичайні лікувальні властивості.

Користуючись потужним інформаційним впливом, ці товари пропонуються за ціною, що у десятки і навіть сотні разів перевищує ринкову.

Крім того, порушення при реалізації проявляються, як правило, в тому, що суб'єкт господарювання не оформлює належним чином правовідносини зі споживачем, а саме – не надає споживачеві документ, який засвідчує факт укладання договору, що надалі буде основою для виникнення взаємних прав та обов'язків, а також не надає споживачеві необхідну, достовірну, своєчасну та доступну інформацію, яка передбачена законодавством про захист прав споживачів. Відповідно до законодавства про захист прав споживачів такий документ має містити інформацію про: дату укладення договору; найменування та місцезнаходження продавця (виконавця); найменування продукції; ціну; строк виконання робіт (надання послуг); інші істотні умови договору; права та обов'язки сторін договору.

Відсутність зазначеного документа та інформації призводить до того, що територіальні управління у справах захисту прав споживачів не в змозі виконати покладені функції щодо захисту прав споживачів та вжити до таких суб'єктів господарювання заходів, передбачених чинним законодавством.

Найбільшою проблемою при розгляді звернень споживачів у таких ситуаціях є відсутність інформації про найменування та місцезнаходження продавця (виконавця), оскільки провести перевірку у цьому разі неможливо, а тому звернення споживачів залишаються невирішеними по суті.

На підставі вищевикладеного доцільно переглянути та удосконалити положення Закону України «Про рекламу» та внести відповідні зміни до Закону України «Про захист прав споживачів» з метою врахування сучасних реалій та розвитку торговельної інфраструктури та інфраструктури ринку споживчих товарів.

Одночасно слід звернути увагу на те, що, незважаючи на недосконалість інфраструктурного забезпечення в системі захисту прав споживачів, відбуваються процеси розвитку та поліпшення відповідних напрямів обслуговування. Відтак підготовлені пропозиції до внесення змін до нормативних актів, розробляються нові методики для проведення перевірок. Слід зазначити, що йде робота над удосконаленням матеріально технічної бази, а також інноваційним розвитком

всієї інфраструктури ринку споживчих товарів для щонайкращого захисту прав споживачів.

Висновки

1. Інфраструктура ринку споживчих товарів – це одна з фундаментальних рис ринкової економіки, ознака мобільноти матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів. Вона дозволяє ефективно розв'язувати тимчасові проблеми дефіциту товарів, а головне, не дає укорінитися цим проблемам. Для нормального функціонування і забезпечення дієздатності інфраструктури ринку споживчих товарів, її елементам має бути властиве оптимальне поєднання гнучкості, адаптивності та продуктивності.

2. До елементів інфраструктури ринку споживчих товарів необхідно віднести чотири основні складові залежно від функціонального призначення та ролі у розвитку ринку споживчих товарів: організаційно-технічну, фінансово-кредитну, державно-регулятивну та науково-дослідне та інформаційне забезпечення.

3. Для оцінки ефективності роботи та розвитку інфраструктури ринку споживчих товарів з точки зору споживача, як центральної фігури відповідної системи, доцільно застосовувати показники захисту прав споживачів на ринку споживчих товарів України, а саме кількість порушень законодавства про захист прав споживачів суб'єктами господарювання, видів порушень, обсяг застосованих штрафних санкцій у зв'язку з порушенням прав споживачів.

4. Кількісні та якісні показники діяльності суб'єктів господарювання у сфері торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, додержання ними обов'язкових вимог щодо якості і безпеки продукції, а також додержання правил торгівлі та надання послуг суттєво знизились, через зміни нормативної бази що регулює відповідну сферу діяльності, а також зменшення фінансування відповідного напрямку з державного та міського бюджетів.

5. Однією із найвразливіших складових ринку споживчих товарів з точки зору контролю за якістю товарів та дотриманням прав споживачів є дистанційна торгівля, а саме телемагазини, інтернет-торгівля та інші форми торгівлі на відстані. Зважаючи на те що дані види торгівлі є найбільш динамічними точками зору розвитку та нарощування товарообігу, слід якомога швидше привести у відповідність нормативну базу для забезпечення захисту прав споживачів.

Література

1. Закон України «Про захист прав споживачів».
2. Звіт Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики про підсумки роботи державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики за 2009 рік.
3. Концепція аналізу та вдосконалення розвитку внутрішнього ринку товарів і послуг / Кабінет Міністрів України. Наказ від 25.05.1999 р., №27–38/145 // <http://www.kmu.gov.ua>

4. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку та регулювання: Монографія. – К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – С. 168.
5. Лігоненко Л.О. Роздрібна торгівля України у дзеркалі світових тенденцій розвитку галузі // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2005. – №6. – С. 12–22.
6. Наказ Держспоживстандуарту України від 25 жовтня 2006 року №311 «Про Порядок проведення перевірок у суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, якості продукції, додержання обов'язкових вимог щодо безпеки продукції, а також додержання правил торгівлі та надання послуг».
7. Прокопенко О.В. Школа В.Ю. Дегтяренко О.О. Інфраструктура товарного ринку. – К.: Центр учебової літератури, 2007. – С. 18–19 (296).
8. Ткач А.А. Інституційні основи ринкової інфраструктури: Монографія / НАН України. Об'єднаний інститут економіки. – К., 2005. – С. 10 (295).
9. Фед'єко В.П., Фед'єко Н.Г. Інфраструктура товарного ринку. – Ростов н/Д, 2000. – С. 8 (512).
10. Щорічна доповідь голови Держспоживстандуарту України про стан захисту прав споживачів в Україні у 2009 році.

Є.Ю. ПАЩЕНКО,
здобувач, Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України

Важелі організаційно-економічного механізму регулювання видобутку і використання напівдорогоцінного каміння в Україні

Виходячи з ресурсних перспектив України щодо чи-сленної групи самоцвітного напівдорогоцінного каміння акцентується увага на впорядкуванні і розвитку ринко-вих відносин у сфері їх видобування і використання. Ана-лізуються завдання організаційно-економічного регу-лювання у зазначеній сфері, що включають розробку методів і регламентів оцінки ресурсів та формування ці-нових показників, порядку легалізації старательської діяльності, впровадження відповідних дозвільно-реєстраційних процедур і спрощеного оподаткування.

Ключові слова: видобуток, використання, напівдорогоцінне каміння, оцінка ресурсів, дозвільно-реєстраційні процедури, спрощене оподаткування.

Исходя из ресурсных перспектив Украины, относящихся к многочисленной группе самоцветных полудрагоценных камней, акцентируется внимание на упорядочении и развитии рыночных отношений в сфере их добычи и использования. Анализируется задача организационно-экономического регулирования в отмеченной сфере, что включает разработку методов и регламентов оценки ресурсов и формирование ценовых показателей, порядка легализации старательской деятельности, внедрения соответствующих разрешительно-регистрационных процедур и упрощенного налогообложения.

Ключевые слова: добыча, использование, полудрагоценные камни, оценка ресурсов, разрешительно-регистрационные процедуры, упрощенное налогообложение.

On the basis of resource prospects of Ukraine relating to the large group of semi-precious gemstones accented by streamlining and development of market relations in their production and use. Examines the organizational task of

econometric regulation in the marked area, which includes development of methods and regulations for resource assessment and development of price indices, the order of the legalization of artisanal activity, introduction of appropriate licensing and registration procedures and simplified taxation.

Постановка проблеми. Дорогоцінне, напівдорогоцінне самоцвітне каміння супроводжує людство протягом всієї його історії. Не втратило воно привабливості та популярності і в на-ші часи. Його естетично-декоративне та загалом культурно-художнє значення навіть зростає, а ювелірні вироби з нього стають бажаною власністю для все більшої кількості людей. Причиною підвищеної уваги до багатьох видів природного самоцвітного каменю залишається і широке його технічне застосування – в приладобудуванні, радіотехніці тощо.

Природні самоцвіти – це, по суті, одна з груп корисних копалин, яка охоплює значну кількість мінералів і гірських порід.

В Україні ресурсна база більшості самоцвітів, за окремими винятками (Клесівське родовище бурштину та Волинське родовище топазу, п'єзокварцю і моріону), на жаль, не сформована. Мінерали-самоцвіти добуваються здебільшого у кустарний спосіб любителями самоцвітного каміння, самодіяльними старателями для поповнення своїх колекцій, продажу, виготовлення ювелірних виробів, сувенірів та виробів прикладного мистецтва. В цьому відношенні починають створюватися зачатки ринку і виникає потреба в його розвитку та регулюванні.

Метою даної **статті** є організаційно-економічний аспект справи, пов'язаний із формуванням і розширенням сиро-винної бази напівдорогоцінного каміння та з ефективним її використанням для задоволення наростаючого попиту на естетично-культурну продукцію природного походження.